



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

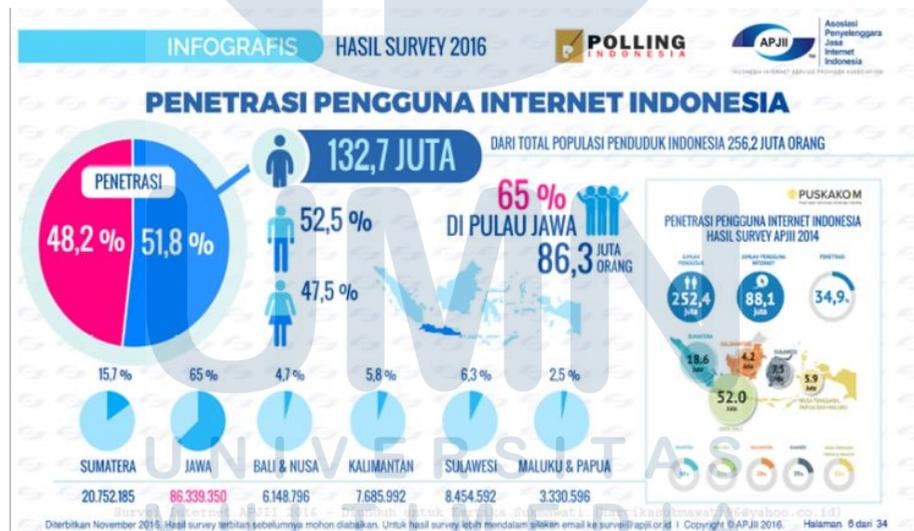
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dewasa ini perkembangan internet menjadi hal yang tidak dapat dihindari. Setiap tahun, terjadi peningkatan jumlah pengguna internet. Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) menemukan bahwa sepanjang 2016, 132,7 juta orang Indonesia telah terhubung dengan internet. Terjadi kenaikan sebesar 51,8 persen dibandingkan dengan tahun 2014 yang hanya berjumlah 88 juta pengguna. (Widiartanto, 2016, para 2-3).

Gambar 1.1 : Infografis Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia tahun 2016

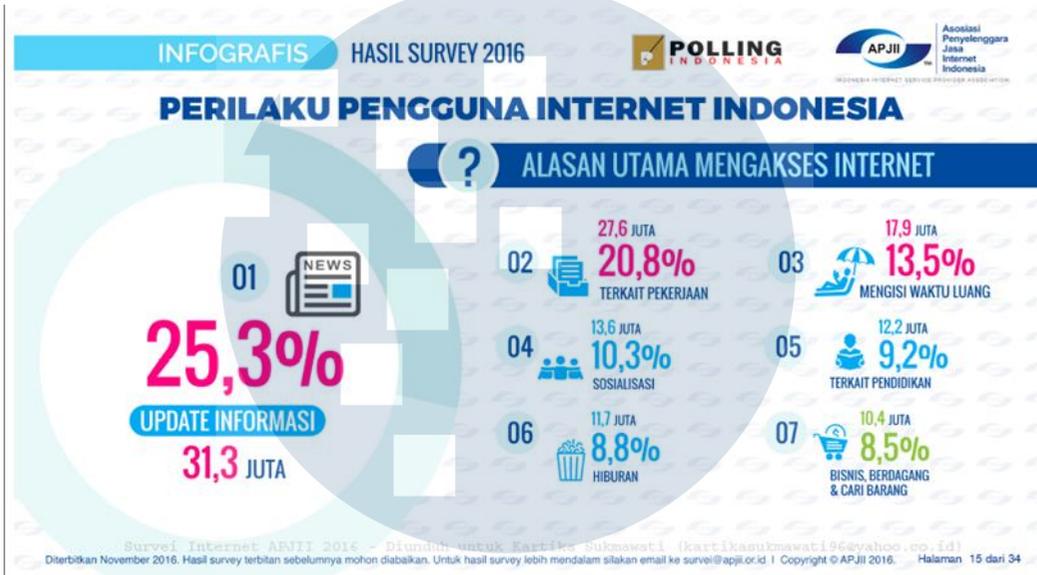


Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII)

Hasil survei APJII juga mengungkapkan rata-rata pengakses internet di Indonesia menggunakan perangkat genggam. Widarmanto (2016, para. 6) mengungkapkan bahwa “data statistik tertinggi sejumlah 50,7 persen (67,2 juta) masyarakat mengakses internet melalui perangkat genggam dan komputer, sedangkan 47,6 persen (63,1 juta) masyarakat mengakses informasi melalui perangkat *smartphone* saja”.

Pertumbuhan pengguna internet yang signifikan membuat masyarakat menjadi lebih dinamis dalam mengakses informasi. APJII juga membenarkan hal tersebut, dengan merilis data statistik sebesar 31,3 juta masyarakat Indonesia beralasan mengakses internet untuk memperoleh informasi. (Litser, 2009, h. 9)

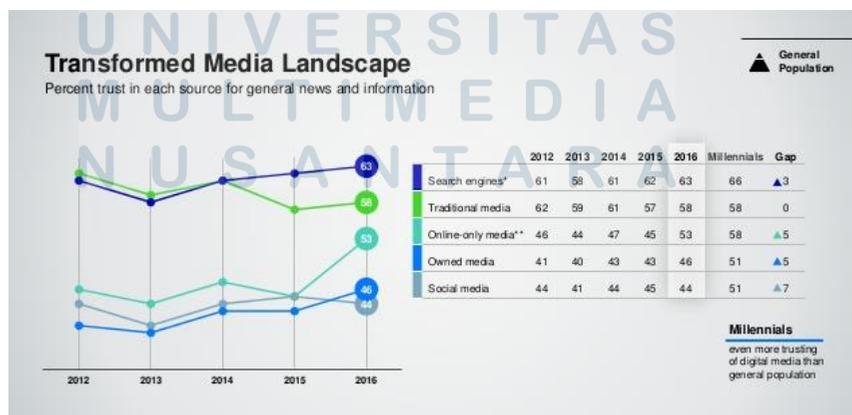
Gambar 1.2 : Infografis Alasan Utama Mengakses Internet



Sumber : APJII

Masyarakat kini tidak hanya mengakses informasi melalui media massa saja. Survei yang dilakukan Edelman menemukan hasil yang mengejutkan, memasuki era internet justru akses informasi tertinggi adalah melalui mesin pencari (*search engine*). Datanya menunjukkan angka 63 persen pada 2016.

Gambar 1.3 : Infografis Kepercayaan Masyarakat untuk Memperoleh Informasi



Sumber : Edelman

Pertumbuhan internet yang sangat cepat dan perubahan pola konsumsi masyarakat dalam mengakses informasi, telah mengubah cara perusahaan dalam melakukan bisnis dan berkomunikasi dengan konsumennya. (Morissan, 2010, h. 15) Oleh sebab itu, penting bagi perusahaan untuk tidak hanya terpaku dengan satu instrumen komunikasi saja. Mereka harus mampu menggunakan segala sarana yang ada untuk menyampaikan pesan kepada konsumennya. (Morissan, 2010, h. 16), salah satu sarannya adalah melalui *website*. David (2016) sebuah perusahaan dan organisasi percaya bahwa kehadiran *website* akan membuat perusahaan menjadi lebih dikenal, berpengaruh serta dipercaya oleh konsumennya.

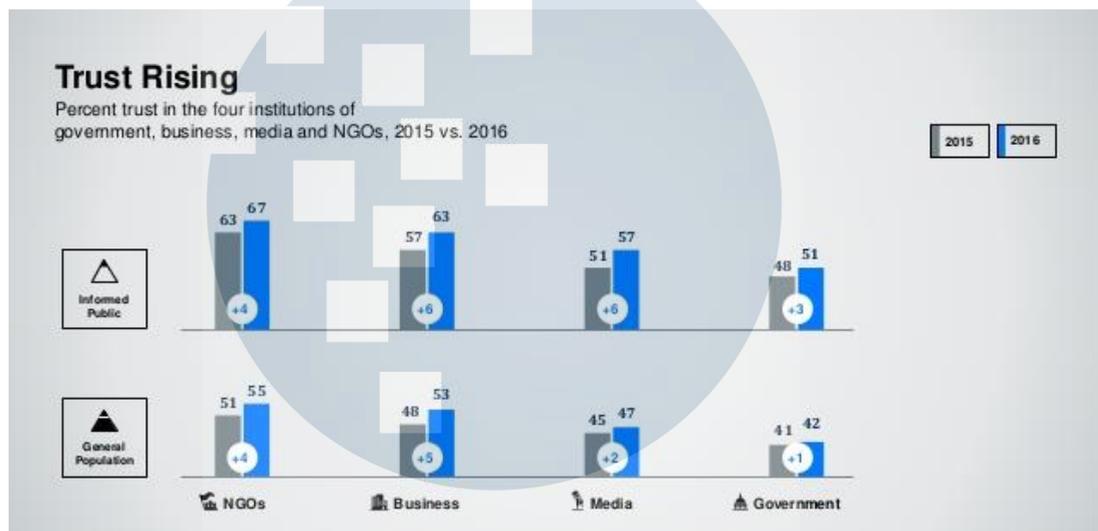
Newsstrategies (2016) menjelaskan bahwa masyarakat kini lebih percaya pada konten informasi yang ‘bercerita’ daripada hanya sekedar data atau *press release*. Di sini keahlian jurnalistik sebagai seorang *content writer* dibutuhkan, agar informasi yang diunggah ke dalam situs perusahaan menjadi lebih ‘bercerita’. Di dalam ilmu jurnalistik keahlian ini disebut *brand journalism*. *Brand journalism* adalah kemampuan menulis berita yang dikemas secara menarik, untuk ‘menjual’ sebuah merek kepada konsumen serta menunjukkan perkembangan bisnis sebuah perusahaan. (Lyons, 2013, h. 7)

Kehadiran seorang *content writer* dalam sebuah perusahaan memiliki beberapa alasan, salah satunya adalah untuk meningkatkan *brand awareness*. Alasan ini berarti artikel yang dibuat oleh seorang *content writer* bertujuan untuk membuat masyarakat lebih mengenal ‘merek’ ataupun keberadaan sebuah perusahaan. (Lyons, 2013, h. 2)

Konten dalam situs YCAB Foundation telah berhasil mempraktikkan *brand journalism* dalam hal meningkatkan *brand awareness*. Hal ini terbukti dengan penghargaan yang diterima YCAB, sebagai Top 49 dari 500 NGO di seluruh dunia pada 2016. Usaha YCAB untuk mengubah nasib remaja prasejahtera sudah mulai diperhitungkan di kancah internasional. Global\_Geneva telah memonitor ide-ide, model, serta nilai yang YCAB lakukan melalui situsnya sehingga memberikan peringkat ke-49. (Bachdar, 2016, para 4-5).

Sebagai sebuah *Non-profit Government Organization*, YCAB menyadari bahwa masyarakat akan sangat terpengaruh dengan konten yang mereka unggah ke dalam situsya. Hal ini sesuai dengan hasil survei yang dilakukan Edelman bahwa tingkat kepercayaan masyarakat antara tahun 2015-2016 terhadap NGO meningkat sebanyak empat poin. (Edelman, 2016)

**Gambar 1.4 : Infografis Peningkatan Kepercayaan Masyarakat Terhadap NGO**



Sumber : Edelman

Penulis merasa YCAB Foundation adalah tempat praktik kerja magang yang tepat untuk mempelajari lebih dalam mengenai *brand journalism* dalam sebuah perusahaan NGO.

Hasil survei Edelman semakin memperkuat alasan penulis untuk memilih YCAB Foundation sebagai tempat praktik kerja magang, sebab baik masyarakat berpendidikan maupun masyarakat umum sangat terpengaruh oleh informasi yang diunggah sebuah NGO ke dalam situsya.

## 1.2. Tujuan Kerja Magang

Salah satu tujuan kerja magang adalah agar penulis memenuhi satu syarat kelulusan mata kuliah *internship* dengan beban kredit empat sks pada semester tujuh di Universitas Multimedia Nusantara (UMN).

Selain itu tujuan kerja magang adalah untuk mendapatkan pengalaman dan pembelajaran bagi penulis sebelum terjun dalam dunia kerja, dan untuk

meningkatkan keterampilan penulis dalam menghadapi masalah serta tantangan baru dengan mengaplikasikan ilmu-ilmu dan teori yang telah penulis pelajari selama di bangku perkuliahan.

Praktik kerja magang tidak hanya memberikan pengalaman kerja nyata sebagai *content writer* di YCAB Foundation. Ke depannya berbekal pengalaman magang yang didapat, penulis tidak hanya memiliki pengetahuan akan teori tetapi juga dalam hal praktik.

### **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

#### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Penulis melakukan praktik kerja magang di YCAB Foundation mulai 18 Juli sampai dengan 6 Oktober 2016 sebagai *content writer* YCAB Foundation. Penulis bekerja dari Senin sampai Jumat selama sembilan jam sehari. Hari Sabtu dan Minggu penulis juga bekerja, jika ada *event* besar seperti ulang tahun YCAB Foundation pada 15 Agustus 2016.

#### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Prosedur pelaksanaan kerja magang sesuai dengan peraturan yang diwajibkan oleh pihak Universitas Multimedia Nusantara. Penulis harus mengisi Keterangan Magang 01 (KM-01) yang berisi formulir pengajuan tempat kerja magang, kemudian meminta tanda tangan Kaprodi/ Sekretaris prodi, lalu diserahkan kepada bagian kemahasiswaan prodi.

Penulis harus menunggu dua hari untuk mengambil Keterangan Magang 02 (KM-02), yang merupakan surat pengantar dari Universitas Multimedia Nusantara kepada perusahaan yang akan dituju. Setelah KM-02 selesai, penulis mengirimkan KM-02, Curriculum Vitae (CV) dan portofolio untuk menjadi bahan pertimbangan perusahaan tempat magang. Kemudian, penulis mendapat panggilan untuk diwawancarai oleh perusahaan YCAB Foundation.

Setelah diterima penulis meminta surat pernyataan diterima di tempat magang dan memberikan yang asli kepada bagian kemahasiswaan prodi juga

memberikan fotokopi kepada Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan (BAAK) untuk ditukarkan menjadi Keterangan Magang 03 (KM-03) hingga Keterangan Magang 07 (KM-07) yang berisi kartu kerja magang, lembar kehadiran kerja magang, lembar realisasi kerja magang, lembar penilaian kerja magang, dan lembar tanda terima penyerahan laporan kerja magang.

Penulis diwajibkan untuk mengerjakan laporan kerja magang dan melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing hingga laporan mendapatkan persetujuan dari dosen pembimbing untuk disidangkan. Selanjutnya, penulis akan mempresentasikan laporan dalam sidang magang. Jika berkas-berkas dan laporan magang sudah selesai direvisi, penulis harus memberikan laporan magang kepada pihak YCAB Foundation untuk memenuhi KM-07.

